

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Media saat ini tidak hanya berperan sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai media industri. Perkembangan internet yang pesat membuat informasi dapat terkirim dengan cepat. Ada banyak media berbeda yang digunakan sebagai sarana informasi dan komunikasi. Menurut Kamus Komunikasi, media massa adalah media yang menyampaikan pesan-pesan yang mempunyai relevansi langsung kepada masyarakat luas, seperti radio, televisi, dan surat kabar (Fadilla, 2017). Sementara itu, media sosial digambarkan sebagai sarana komunikasi di mana pengguna dapat berbagi konten dan menggunakan teknologi distribusi berbasis Internet, berbeda dari sistem media cetak dan penyiaran tradisional (M. Terry, 2012).

Di era teknologi digital saat ini, masyarakat banyak menggunakan media populer. Salah satunya adalah YouTube. Platform audiovisual YouTube didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. YouTube, platform media sosial, memiliki pengguna terbanyak kedua setelah Facebook. Pada Januari 2023, terdapat 2,51 miliar pengguna YouTube di seluruh dunia, menurut laporan We Are Social dan Hootsuite. Berdasarkan negara, India memiliki jumlah pengguna YouTube tertinggi. Platform ini memiliki 467 juta pengguna terdaftar. Amerika berada di posisi kedua dengan 246 juta pengguna. Negara ketiga dengan pengguna YouTube terbanyak adalah Brasil dengan 142 juta pengguna. Indonesia merupakan negara keempat yang paling banyak dikunjungi di YouTube dengan total 139 juta pengguna (Annur, 2023).

Para pengguna Youtube hadir dari berbagai kalangan, beragam status sosial, dan dari segala umur. Kemudahannya dalam memilih konten yang akan ditonton membuat Youtube menjadi media baru yang dapat menggeser posisi televisi. Platform Youtube digunakan untuk membagikan beragam konten. Mulai dari konten kuliner, travel, edukasi, hiburan, hingga *podcast*.

Podcast Menurut Merriam Webster (Meisyanti, 2020), *podcast* adalah program Internet dalam format audio yang dilampirkan pada RSS (*Really Simple Syndicate*) atau sekumpulan media digital yang didistribusikan melalui Internet untuk pemutar media portabel dan komputer. Sederhananya, *podcast* didefinisikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima, dan mendengarkan konten audio *on-demand* yang dibuat oleh stasiun radio profesional dan amatir (Septarina, 2021).

Seiring berjalannya waktu, batasan antara YouTube dan podcast menjadi semakin kabur, karena podcast tidak lagi terbatas pada rekaman audio saja.

Dalam arti sebenarnya, podcast dapat diartikan sebagai program yang dapat didengarkan di Internet. Saat ini jumlah penggemar podcast meningkat pesat di Indonesia. Berdasarkan data Global Web Index (GWI), Indonesia memiliki persentase penggemar podcast terbesar kedua di dunia pada kuartal ketiga tahun 2021. Pendengar podcast di Indonesia mencapai 35,6% dari seluruh pengguna internet berusia 16 hingga 34 tahun. Negara pertama dengan jumlah pendengar podcast terbanyak adalah Brasil dengan pangsa 37% (Databoks, 2022).

Kreator konten *podcast* berlomba-lomba mencari topik paling menarik untuk menarik minat *audiens*. Pembahasan yang bebas dan penyampaiannya yang unik menjadi daya tarik sendiri. Mulai dari cerita horor, kehidupan sehari-hari, edukasi, dakwah, hingga curhat. Bahkan tak jarang *podcast* di Youtube menjadi salah satu media untuk klarifikasi. Beberapa *podcast* Youtube yang terkenal di Indonesia adalah GA milik selebriti Gritte Agatha, *#CloseTheDoor podcast* milik Deddy Corbuzier, dan Curhat Bang Denny Sumargo milik Denny Sumargo.

Denny Sumargo atau akrab disapa Densu merupakan seorang pemain basket, aktor, presenter, dan juga *content creator*. Pada tahun 2011, Denny memutuskan untuk meninggalkan dunia basket dan memilih untuk terjun ke dunia hiburan tanah air. Memulai debut pada tahun 2012 melalui film *Hattrick*, nama Densu mulai dikenal. Sepanjang karirnya, sudah lebih dari 10 judul film yang diperankan oleh Denny. Nama Denny Sumargo semakin menanjak ketika dirinya membuka akun Youtube pada tahun 2020 dengan nama Curhat Bang Denny Sumargo.

Hingga saat ini, akun media sosial Youtube Denny Sumargo sudah memiliki lebih dari empat juta *subscriber*. Konten yang disajikan sejak awal adalah bincang-bincang dengan orang yang sedang viral. *Podcast* yang dibuat tidak hanya mengundang para artis, tetapi juga masyarakat biasa. Video yang disajikan di laman media sosial Youtube Denny memiliki durasi rata-rata tidak kurang dari satu jam. Meskipun tergolong panjang, video siniar Denny Sumargo ini sering di atas satu juta tayangan hingga menduduki trending.

Dalam perjalanan karier membuat kontennya, tidak jarang kasus yang diangkat menjadi kontroversional. Salah satu contohnya adalah konten Denny Sumargo bersama Norma Risma. Video yang ditonton lebih dari 24 juta penonton itu menuai reaksi beragam dari *netizen*. Denny Sumargo dianggap mengambil kesempatan dari kasus Norma Risma yang diselingkuhi suaminya dengan ibunya sendiri. Namun, ada pula yang menganggap konten Curhat Denny Sumargo menjadi penengah sekaligus tempat klarifikasi. Tidak jarang konten yang dibuat juga menyangkut hal-hal pribadi dari si bintang tamu. *Guest* yang datang pun mulai dari artis, selebgram, hingga orang biasa yang viral di media sosial.

Burgess dan Green (2009) dalam Rabbani dan Trijayanto (2019) mengatakan bahwa mendapatkan penonton dan menarik penonton adalah dasar guna mendapat kesuksesan di Youtube. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan para *content creator* untuk mendapatkan penonton baru, yaitu menentukan target market, aksesibilitas, kolaborasi, dan mudah dibagikan. Kolaborasi antar artis atau antar pemilik kanal Youtube sudah marak dilakukan. Salah satu contohnya adalah kolaborasi Youtuber dengan membahas hal-hal yang sedang viral atau dengan orang yang sedang naik daun. Hal ini dapat menimbulkan ketertarikan penonton. Selain itu, kegiatan kolaborasi di media sosial juga dapat memberikan dampak kenaikan nama bagi para pemilik akun dan oknum yang berkolaborasi (Rabbani & Trijayanto, 2019).

Privasi adalah konsep abstrak dengan banyak makna. Secara umum, hak atas privasi berkaitan dengan hak individu untuk menentukan apakah dan sejauh mana seseorang bersedia mengungkapkan dirinya kepada orang lain. Bagi sebagian orang, ruang privat merupakan ruang yang hanya diketahui oleh orang-orang yang

memiliki minat dan teman dekat yang sama. Privasi adalah masalah yang sangat pribadi. Privasi memungkinkan seseorang melindungi informasinya pribadi tanpa melibatkan orang lain (Uswatun, 2019). (SK Putri & Gautama, 2022). Privasi memiliki perbedaan dengan rahasia. Perbedaan antara privasi dan rahasia terletak pada tujuan individu atau kelompok untuk melindungi urusan pribadinya. Menyimpan rahasia dapat diartikan dengan menyembunyikan masalah tertentu agar tidak diketahui oleh pihak lain. Di sisi lain, privasi memiliki arti suatu kebebasan atau keleluasaan untuk terhindar dari pengawasan pihak lain. Umumnya, privasi dikaitkan dengan hal-hal yang sifatnya pribadi.

Media seperti Youtube menjadi salah satu *platform* yang memiliki jumlah komodifikasi terbanyak. Hal ini dikarenakan popularitasnya yang tinggi hingga Youtube mampu membuat industri monetisasi. Secara sederhana, monetisasi memiliki pengertian proses mengubah apapun menjadi alat pembayaran yang sah. Monetisasi Youtube dilakukan berdasar pada *views* atau jumlah tayangan. Semakin banyak *subscriber* dan *viewers*, maka angka tersebut akan dijual pada para pengiklan. Semakin tinggi angka-angka tersebut, maka semakin tinggi pula penghasilan para *content creator*. Hal ini menjadi cikal bakal praktik komodifikasi, terutama komodifikasi *audiens*. Monetisasi inilah yang seringkali mengubah konsep konten dari yang semula hanya berupa hobi, menjadi sumber pendapatan (Aminuddin, 2023).

Hal yang menarik adalah bagaimana segi ekonomi politik media dari konten Densu. Acara *podcast* yang sejatinya hanya acara bincang-bincang, menjadi ajang untuk mengumbar privasi. Inilah yang akhirnya dijadikan komoditas yang akhirnya dijual pada *audiens* dan juga para pemasang iklan.

## **B. Rumusan Masalah**

Apa bentuk komodifikasi privasi yang terjadi pada tayangan konten *podcast* Youtube Curhat Bang Denny Sumargo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk komodifikasi privasi yang dilakukan oleh kanal Youtube Curhat Bang Denny Sumargo.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi terutama pada bidang Ilmu Komunikasi, serta dapat menjadi referensi atau kajian pustaka untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

### **2. Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan maupun masukan dalam bidang Ilmu Komunikasi.

### **3. Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi kajian dan masukan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi. Khususnya dalam bahasan Ekonomi Politik Media.

